

**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK DAN *BRAND*
AWARENESS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU
CONVERSE PADA SHOPEE DI KEBAYORAN BARU JAKARTA
SELATAN**

TUGAS AKHIR

LOUISA ELISABET HURINT

203402516266



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NASIONAL
JAKARTA**

2024

**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK DAN *BRAND*
AWARENESS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU
CONVERSE PADA SHOPEE DI KEBAYORAN BARU JAKARTA
SELATAN**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen
pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional

Oleh :

LOUISA ELISABET HURINT

203402516266



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NASIONAL
JAKARTA**

2024

LEMBAR PERNYATAAN

Penulis menyatakan dengan sebenar-benarnya segala pernyataan dalam skripsi

Yang berjudul :

“PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK DAN *BRAND AWARENESS* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU CONVERSE PADA SHOPEE DI KEBAYORAN BARU JAKARTA SELATAN”

Merupakan gagasan atau hasil penelitian penulis, kecuali yang jelas rujukannya. Tugas akhir ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar pada program sejenis di perguruan tinggi lain. Semua data dan informasi yang digunakan telah dinyatakan secara jelas dan dapat diperiksa kebenarannya.

Jakarta, 01 Maret 2024



Louisa Elisabet Hurint

203402516266

LEMBAR PERSETUJUAN

Judul Tugas Akhir : Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan *Brand Awareness* Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Converse pada Shopee di Kebayoran Baru Jakarta Selatan

Nama Mahasiswa : Louisa Elisabet Hurint

Nomor Pokok : 203402546340

Program Studi : Manajemen

Menyetujui

Pembimbing Tugas Akhir

(Prof. Dr. H. Yuddy Chrisnandi, S.E., M.E.)

Mengetahui

Ketua Program Studi Manajemen



(Dr. Resti Hardini, S.E, M.Si.)

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Tugas Akhir : Pengaruh Citra Merek, Kualitas Prodik dan *Brand Awareness* Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Converse Pada Shopee di Kebayoran Baru Jakarta Selatan

Nama Mahasiswa : Louisa Elisabet Hurint

Nomor Pokok : 203402516266

Program Studi : Manajemen

Diterima dan Diserahkan oleh Panitia Ujian Skripsi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional

Menyetujui
Pembimbing Tugas Akhir

(Prof. Dr. H. Yuddy Chrisnandi, S.E., M.E.)

Ketua Penguji

Anggota / Penguji



(Dr. Andini Nurwulandari, S.E., M.M.)

(Dr. Ir. Tri Waluyo, M.Agr.)



Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

(Prof. Kumba Bigdowiseiso, S.E., M.App.Ec., Ph.D)

ABSTRAK

PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK DAN BRAND AWARENESS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU CONVERSE PADA SHOPEE DI KEBAYORAN BARU JAKARTA SELATAN

Oleh :

Louisa Elisabet Hurint

NPM : 203402516266

Tugas Akhir, dibawah bimbingan Prof. Dr. H. Yuddy Chrisnandi, S.E., M.E.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh citra merek, kualitas produk dan *brand awareness* terhadap keputusan pembelian sepatu converse pada shopee di Jakarta Selatan. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan populasi penelitian adalah pengguna sepatu converse pada shopee di Jakarta Selatan. Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 100 responden dengan menggunakan pendekatan probability sampling dengan Teknik pengambilan system random sampling. Software yang digunakan untuk menganalisis data adalah SPSS 25. Hasil menunjukkan bahwa citra merek dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Sepatu Converse Pada Shopee di Kebayoran Baru Jakarta Selatan, sedangkan *brand awareness* berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian sepatu converse pada shopee di jakarta selatan.

Kata Kunci : Citra Merek, Kualitas Produk, *Brand Awareness*, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF BRAND IMAGE, PRODUCT QUALITY AND BRAND AWARENESS ON THE DECISION TO PURCHASE CONVERSE SHOES ON SHOPEE IN KEBAYORAN BARU SOUTH JAKARTA

By :

Louisa Elisabet Hurint

NPM: 203402516266

Final Project, under the guidance of Prof. Dr. H. Yuddy Chrisnandi, S.E., M.E.

This research aims to analyze the influence of brand image, product quality and brand awareness on purchasing decisions for Converse shoes at Shopee in South Jakarta. This research uses quantitative methods with the research population being Converse shoe users at Shopee in South Jakarta. The number of samples in this research was 100 respondents using a Probability Sampling approach with a Random Sampling System technique. The software used to analyze the data is SPSS 25. The results show that brand image and product quality have a positive and significant effect on the decision to purchase Converse shoes at Shopee in Kebayoran Baru, South Jakarta, while brand awareness has a positive and insignificant effect on the decision to purchase Converse shoes at Shopee in South Jakarta.

Keywords: Brand Image, Product Quality, Brand Awareness, Purchasing Decisions

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. BIODATA DIRI

Nama : Louisa Elisabet Hurint
Tempat, Tanggal Lahir : Jakarta, 05 Agustus 2001
Agama : Katolik
Alamat : Jln. Bangka Raya GG Amal I
Mampang Prapatan, Jakarta Selatan 12720
No Handphone : 085694406303
Status : Belum Menikah
Kewarganegaraan : Indonesia
Email : louisaelsbt@gmail.com

B. RIWAYAT PENDIDIKAN

1. 2006 – 2012 : SDN. Pela Mampang 01 Pagi
2. 2013 – 2016 : SMPN 141 Jakarta Selatan
3. 2017 – 2019 : SMAS Purnama Jakarta
4. 2020 – 2024 : Universitas Nasional



KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur Kepada Tuhan Yang Maha Esa,

Salam Sejahtera bagi kita semua

Terimakasih kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala petunjuk, karunia, kelancaran dan segala kemudahan yang telah Engkau berikan sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini yang berjudul “Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan *Brand Awareness* Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Converse Pada Shopee di Jakarta Selatan”. Adapun maksud dan tujuan penulis Tugas Akhir ini adalah sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Sastra Satu (S1), pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Jurusan Manajemen, Universitas Nasional Jakarta. Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan Tugas Akhir ini, penulis mendapatkan bantuan, bimbingan, arahan serta dukungan dari berbagai pihak terkait. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Tuhan Yang Maha Esa, yang telah memberikan rahmat dan bimbingan-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini dengan penuh dedikasi.
2. Bapak Dr. Drs. El Amry Bermawi Putera, M.A. selaku Rektor Universitas Nasional
3. Bapak Prof. Kumba Digdowiseiso, S.E., M.App.Ph.D. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
4. Ibu Dr. Rahayu Lestari, S.E., M.M. selaku Wakil Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional.
5. Ibu Dr. Resti Hardini, S.E., M.Si selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional
6. Bapak Dr. Herry Krisnandi, S.E., M.M. selaku Dosen Pembimbing Akademik
7. Bapak Prof. Dr. H. Yuddy Chrisnandi, S.E., M.E. selaku Dosen Pembimbing Tugas Akhir yang telah bersedia membantu menyempurnakan kekurangan, motivasi, serta memberikan arahan kepada penulis sehingga Tugas Akhir ini dapat diselesaikan dengan baik dan tepat.

8. Seluruh Dosen Universitas Nasional khususnya Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang sudah mengajarkan, memberikan ilmu pengetahuan dan hikmah bagi anak didiknya sehingga bisa tumbuh dan berkembang dalam proses belajar serta mengajar.
9. Kepada seluruh Staf Administrasi dan Staf Sekretariat Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang turut serta membantu dalam kelancaran penyusunan Tugas Akhir.
10. Teruntuk orang tua saya Ibu Yulia Chatarina Bapak Fransiskus yang tiada hentinya selalu mendoakan, memberi dukungan, memotivasi, menguatkan serta selalu ada dalam situasi apapun selama penulis menempuh pendidikan di Universitas Nasional sehingga Tugas Akhir ini dapat terselesaikan dengan waktu yang tepat.
11. Terimakasih kepada Kakak – kakak saya Yohanes Nobo Hurint yang telah membiayai saya selama perkuliahan ini, kakak ipar saya Muthia Adhe yang telah membantu mengajari saya setiap saya kesusahan mengerjakan tugas kuliah dan slalu memberi semangat sehingga penulis mampu menyelesaikan Tugas Akhir, serta kepada kakak – kakak saya yang lain yang tidak bisa saya sebutkan satu per satu.
12. Kepada teman-teman seperjuangan saya Elvina, Andreas, yang telah membantu mengajarkan, memberi motivasi, informasi, support, semangat dan memberikan masukan kepada penulis dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini.
13. Kepada sahabat – sahabat saya Naila Hana Salam, Dzika Qotrunnada, Rizka Zidni Aula, Junila Mustika *thank u for being such a great friend, thank u for listening to my stupid and childish stories, thank u for being there for me at my lowes point.* yang telah sabar menemani, membantu dan selalu memberikan dukungan kepada penulis.
14. Kepada seluruh responden yang sudah membantu proses pengerjaan Tugas Akhir penulis.
15. Teman-teman Manajemen FEB Universitas Nasional angkatan 2020 yang telah berbagi ilmu pengetahuan dan informasi selama masa perkuliahan berjalan.
16. Semua pihak yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu yang telah memberikan bantuan selama menyusun tugas akhir ini.

17. Terakhir, terimakasih kepada diri saya sendiri Louisa Elisabet Hurint karena telah mampu berusaha keras dan berjuang sejauh ini. sehingga tidak pernah menyerah dalam mengerjakan tugas akhir skripsi ini. semoga saya tetap rendah hati, karena ini baru awal dari semuanya

Penulis menyadari dalam menyusun Tugas Akhir ini masih banyak kekurangan baik dari isi maupun susunan dalam penulisan. Dari pada itu, saran dan kritiknya sangat diperlukan bagi penulis. Semoga Tugas Akhir ini dapat bermanfaat, tidak hanya bagi penulis tetapi juga bagi pembaca.



DAFTAR ISI

COVER	i
LEMBAR PERNYATAAN	iii
LEMBAR PERSETUJUAN	iv
LEMBAR PENGESAHAN	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian	7
D. Manfaat Penelitian	7
BAB II TINJUAN PUSTAKA	9
A. Teori yang terkait dengan <i>variable</i> penelitian	9
1. Manajemen Pemasaran	9
2. Tujuan Pemasaran	9
3. Fungsi Manajemen Pemasaran	10
4. Citra Merek	10
5. Kualitas Produk	13
6. <i>Brand Awareness</i>	15

7. Keputusan Pembelian.....	17
B. Keterkaitan antar variable penelitian	20
1. Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian	20
2. Pengaruh kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian.....	20
3. Pengaruh <i>Brand Awareness</i> terhadap Keputusan Pembelian....	21
C. Hasil penelitian yang sesuai sebagai rujukan penelitian	21
D. Kerangka Analisis	27
E. Hipotesis	28
BAB III METODE PENELITIAN.....	29
A. Objek Penelitian.....	29
B. Data Penelitian	29
1. Sumber Data dan jenis data.....	29
a. Data Primer	29
b. Data Sekunder	29
c. Jenis Data	29
2. Populasi dan Sampel.....	29
3. Teknik Pengumpulan Data.....	31
1) Teknik Pengumpulan Data	31
2) Alat Pengumpulan Data	31
C. Definisi Operasional Variabel	31
D. Metode Analisis dan Pengujian Hipotesis	34
1. Metode Analisis.....	34
a) Metode Analisis Deskriptif	34
b) Metode Analisis Inferensial.....	34
c) Analisis Regresi Linear Berganda.....	34
2. Uji Instrumen Penelitian	35
a) Uji Validitas.....	35
b) Uji Realibilitas.....	35
3. Uji Asumsi Klasik	36
a) Uji Normalitas	36
b) Uji Multikolinearitas	36
c) Uji Heteroskedastisitas.....	37

d) Uji Autokorelasi	37
4. Uji Kelayakan Model	38
a) Uji F	38
b) Koefisien Determinasi.....	38
5. Uji Hipotesis	38

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN..... 39

A. Hasil Penelitian	39
1. Deskripsi Data Penelitian	39
2. Perusahaan Sepatu Converse.....	39
a) Sejarah Sepatu Converse	39
b) Visi dan isi Perusahaan	40
3. Karakteristik Responden	41
4. Hasil Analisis Deskriptif.....	45
5. Hasil Lengkap Estimasi Penelitian.....	48
B. Pembahasan.....	56
1. Pengaruh Citra Merek (X1) Terhadap Keputusan Pembelian (Y).....	56
2. Pengaruh Kualitas Produk (X2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y).....	57
3. Pengaruh Brand Awareness (X3) Terhadap Keputusan Pembelian (Y).....	57

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN59

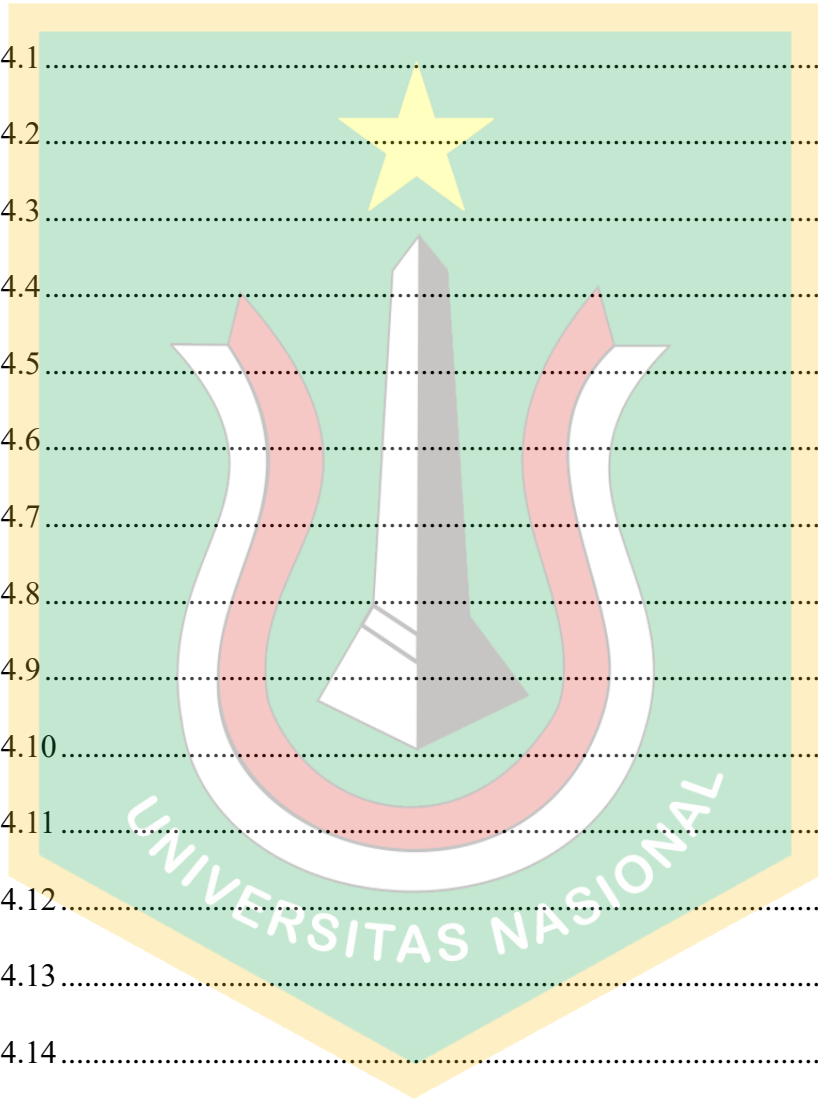
A. Kesimpulan	59
B. Saran.....	60

DAFTAR PUSTAKA.....61

LAMPIRAN.....

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	4
Tabel 2.1	21
Tabel 3.1	31
Tabel 3.2	31
Tabel 4.1	41
Tabel 4.2	42
Tabel 4.3	43
Tabel 4.4	44
Tabel 4.5	45
Tabel 4.6	46
Tabel 4.7	46
Tabel 4.8	47
Tabel 4.9	48
Tabel 4.10	49
Tabel 4.11	49
Tabel 4.12	50
Tabel 4.13	51
Tabel 4.14	52
Tabel 4.15	53
Tabel 4.16	54
Tabel 4.17	55
Tabel 4.18	55



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	1
Gambar 1.2	4
Gambar 2.1	27
Gambar 4.1	41
Gambar 4.2	42
Gambar 4.3	43
Gambar 4.4	44

